



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2024/178 (OUT-TV)

Participação contra a CNN Portugal por apresentar num programa de informação uma rubrica baseada em Inteligência Artificial acerca dos debates dos candidatos às Eleições Legislativas, o “Pulsómetro”

Lisboa
10 de abril de 2024

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2024/178 (OUT-TV)

Assunto: Participação contra a CNN Portugal por apresentar num programa de informação uma rubrica baseada em Inteligência Artificial acerca dos debates dos candidatos às Eleições Legislativas, o “Pulsómetro”

I. Participação

1. Deu entrada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC), reencaminhada pela Comissão Nacional de Eleições (CNE), em 22 de fevereiro de 2024, uma exposição contra o serviço de programas CNN Portugal, propriedade do operador TVI – Televisão Independente, S.A., relativa à emissão de uma rubrica intitulada “Pulsómetro”.
2. Na participação é dito o seguinte: «Gostaria que fosse verificada a legalidade da nova modalidade de avaliação através da chamada IA do desempenho nos debates dos candidatos para as próximas eleições».
3. Sobre os conteúdos denunciados refere:
 - «inventaram um sistema chamado PULSÓMETRO para avaliar a opinião pública, parece-me altamente duvidoso e tendencioso»;
 - «Embora refiram que não se trata de uma sondagem, este sistema experimental não deveria ser testado numas eleições com esta importância para o país»;
 - «O resultado pode influenciar igualmente».

II. Oposição

4. Notificado pela CNE, o serviço de programas, através da posição da Direção de Informação, explanou o seguinte:

- «[é] (..) um mecanismo de análise tecnológico e imparcial, que se debruça sobre o fenómeno das redes sociais e os debates televisivos organizados em período de pré-campanha eleitoral pelos diversos operadores televisivos»;
- «A Direção de informação da CNN entendeu relevante e editorialmente interessante poder analisar a expressão e o sentido desses debates televisivos no universo das redes sociais, medindo os sentimentos manifestados sobre a prestação de cada um dos líderes partidários em cada debate»;
- «Este segmento de programação tem como base um produto tecnológico que procede à análise de opiniões de portugueses manifestadas em várias redes sociais: *Twitter, Facebook, Instagram, Reddit e Youtube*».
- «São consideradas apenas opiniões relativas à performance comparativa dos candidatos presentes em cada debate e são anulados comentários repetidos, ou contraditórios por parte da mesma conta das redes sociais, assim como utilizados vários mecanismos de prevenção contra 'bots'».
- «As opiniões são interpretadas através de um LLM (“Large Language Model”) capaz de realizar uma análise de sentimento às várias interações identificadas. Através deste processo, extrai-se informação que permite formular uma aproximação à avaliação da prestação dos candidatos em cada um dos debates, exprimida pela utilização destes fóruns das redes sociais. A atualização das percentagens é feita até 18 horas após a hora prevista para o início do respetivo debate».
- «O modelo utilizado é desprovido de inclinações políticas, garantindo imparcialidade na interpretação dos dados. Os dados não são nem sugerem uma aproximação a sondagens ou intenções de voto dos portugueses nas eleições legislativas, são sim e apenas uma análise à opinião expressada nas redes sociais face a cada uma das prestações dos candidatos, em cada um dos debates sob análise»;

- «Este projeto de análise de base tecnológica, inédito no espaço mediático português, foi desenvolvido em parceria entre a Augusta Labs e a CNN Portugal, garantindo a transparência da informação e visando medir indicadores de sentimento no decurso dos debates televisivos que antecedem a campanha eleitoral para as eleições legislativas de 2024».
 - «Os dados são analisados através de um LLM, que procura semanticamente qualquer palavra associada a um partido/candidato (exemplo: PS, Partido Socialista, Pedro Nuno Santos, PNS ou derivadas) e tem a capacidade de interpretar o sentimento como sendo positivo, neutro ou negativo face a qualquer um dos candidatos».
 - «O modelo tem a capacidade de detetar ironia e elimina comentários que expressam opiniões contraditórias classificando-as como neutras».
 - «O modelo não sabe qual a posição política de cada partido nem tem opinião sobre a mesma, sendo a pesquisa meramente semântica e de sentimento da população».
 - «Um LLM, ou Modelo de Linguagem de Grande Dimensão, é uma forma avançada de inteligência artificial desenhada para compreender, gerar e trabalhar com texto humano de forma fluente».
 - «Estes modelos possuem uma capacidade bastante desenvolvida de analisar sentimentos e interpretar dados».
 - «Ao examinar grandes volumes de texto, um LLM pode identificar padrões e nuances que indicam sentimentos positivos, negativos ou neutros, possibilitando-lhe avaliar a tonalidade emocional de um texto, sendo esta funcionalidade particularmente útil na monitorização de redes sociais».
5. Como corolário da argumentação acima, a denunciada considera que «a participação em análise não tem, por isso, qualquer fundamento, nem sequer se conseguindo perceber qual o seu fundamento e enquadramento legal».

III. Parecer da CNE

6. A Comissão Nacional de Eleições remeteu à ERC, conjuntamente com os demais elementos do processo, o parecer daquela entidade relativamente aos conteúdos denunciados.
7. A CNE transcreve no seu parecer uma parte da descrição efetuada no *website* da CCN Portugal sobre o “Pulsómetro”: «é descrito, pela CNN (em <https://cnnportugal.iol.pt/decisao24/pulsometro#/>), como um **“Indicador de sentimento nas redes sociais, Não é uma sondagem, mas um reflexo de opiniões interpretadas por um modelo tecnológico. A atualização das percentagens é feita até 18 horas após a hora prevista para o início do respetivo debate. Projeto em fase experimental da Augusta Labs e da CNN Portugal”**. Baseia-se **“na análise de opiniões de portugueses manifestada em vários redes sociais: Twitter, Facebook, Instagram, Reddit e Youtube»**. **«Os dados são analisados através de um LLM (tecnologia por detrás do ChatGPT), que procura semanticamente qualquer palavra associada a um partido/candidato (exemplo: PS, Partido Socialista, Pedro Nuno Santos, PNS ou derivadas) e tem a capacidade de interpretar o sentimento como sendo positivo, neutro ou negativo face a qualquer um dos candidatos. O modelo tem a capacidade de detetar ironia e elimina comentários que expressam opiniões contraditórios classificando-os como neutros. O modelo não sabe qual a posição política de cada partido nem tem opinião sobre o mesmo, sendo a pesquisa meramente semântico e de sentimento da população”**».
8. A CNE considera que «o enquadramento do Pulsómetro não é evidente, podendo ser abordado como um instrumento de estudo de opinião, a par do inquérito de opinião ou da sondagem, mas também numa vertente de tratamento jornalístico, dependendo da forma como o órgão de comunicação social apresenta os seus resultados».
9. Tendo em conta estes pontos, a CNE aponta o seguinte enquadramento jurídico:
 - «no que respeita a estudos de opinião, excetuando as sondagens realizadas no dia do ato eleitoral, a competência para a sua apreciação é da Entidade

Reguladora para a Comunicação Social (ERC), ao abrigo da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho»;

- «quanto ao tratamento jornalístico, a Constituição da República Portuguesa consagra o princípio de direito eleitoral da igualdade de oportunidades e de tratamento das diversas candidaturas - alínea b) do n.º 3 do artigo 113.º, reiterado em cada uma das leis eleitorais, nomeadamente no artigo 56.º da Lei Eleitoral da Assembleia da República, que impõe a sua observância a todas as entidades públicas e privadas;
- «a Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho, fixa os critérios da cobertura e tratamento jornalístico das candidaturas, os quais devem ser devidamente articulados e coordenados com os princípios que salvaguardam a igualdade de tratamento das candidaturas, assim como com o princípio da neutralidade e imparcialidade das entidades públicas a observar em período eleitoral».

10. Daqui, conclui a CNE que «[o]s critérios jornalísticos não podem, portanto, contrariar os comandos legais que concretizam os referidos princípios legais e, para serem oponíveis às candidaturas, não podem ser secretos e discricionários».
11. A CNE entendeu que ao abrigo do artigo 9.º da Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho, caberá à ERC apreciar e decidir sobre matéria da cobertura e tratamento jornalístico das candidaturas em período eleitoral.
12. Nota ainda que o participante não se identifica como representante de candidatura à eleição dos Deputados à Assembleia da República, pelo que a participação não reúne os pressupostos formais exigidos pelo n.º 1 do artigo 9.º da citada Lei.

IV. Análise e fundamentação

13. A participação em análise remete para uma participação relativa a uma rubrica do programa “Decisão 24” da CNN Portugal, o “Pulsómetro”, que, com base numa ferramenta de Inteligência Artificial (IA), e de acordo com o serviço de programas, «mede o sentimento» dos utilizadores de redes sociais relativamente aos debates

eleitorais entre os líderes das diversas candidaturas decorridos aos longo da pré-campanha eleitoral, revelando qual dos líderes sai vencedor do frente a frente, de acordo com esse sentimento manifestado nas plataformas *online* e que a ferramenta capta e traduz.

14. O “Pulsómetro” integrou o programa da CNN Portugal “Decisão 24” nas edições relativas aos debates entre as várias candidaturas que decorreram entre 05 e 19 de fevereiro.
15. Foram visionadas algumas das edições do programa “Decisão 24”, o que permitiu verificar que se trata de uma rubrica que, em antena, se encontra claramente demarcada do restante conteúdo editorial, desde logo por ser apresentada por um jornalista diferente da pivô do programa “Decisão 24” e por utilizar um espaço físico diverso em estúdio.
16. A título de exemplo, constatou-se que, no dia 05 de fevereiro, dia em que decorreram dois debates televisivos, um entre PS e Iniciativa Liberal e outro entre CHEGA e PAN, o “Pulsómetro” foi apresentado nas duas edições do programa “Decisão 24” emitidas (21h56 e 22h42). No dia seguinte, decorreram três debates a que correspondeu a emissão de outros tantos “Decisão 24”, todos eles com inclusão de “Pulsómetro” (respetivamente, às 19h, 21h37 e 22h29). Esta modalidade foi utilizada sucessivamente em todos os dias em que ocorreram debates.
17. Na primeira vez que foi emitido o “Pulsómetro”, a pivô introduziu o colega encarregue de apresentar a rubrica dizendo: «Pedro Santos Guerreiro, vamos agora ao “Pulsómetro”. Vamos medir o pulso às redes sociais, à forma como as redes sociais reagiram a este primeiro frente a frente». No oráculo consta: «‘Pulsómetro’: o Debate visto pelas redes sociais». Diante de um ecrã, o jornalista explica que continuam a «acompanhar a reação das redes sociais ao debate em tempo real». Refere que «é uma inovação tecnológica que nós lançamos a partir de hoje em todos os debates. Chamamos-lhe “Pulsómetro” porque estamos a medir o pulso. É uma ferramenta que consegue retirar dados de várias redes sociais e consegue perceber qual é o sentido de valorização ou de apreciação que nas redes sociais é feita. Isto não é uma

sondagem. Não é uma votação. É um indicador de sentimento. E neste momento este indicador de sentimento é favorável à Iniciativa Liberal, isto é, Rui Rocha está a ter um impacto superior àquele que está a ter neste momento Pedro Nuno Santos. Isto vai continuar. Não está fechado. Nós estamos cá para medir. Neste momento, é Rui Rocha que causa melhor impressão nas redes sociais». No ecrã, permanece uma barra dividida entre uma percentagem de 48% para o PS e 52% para a IL. A rubrica teve a duração de cerca de 45 segundos.

18. Em resumo, no “Pulsómetro” é explicado que a representação gráfica mostrada no ecrã corresponde ao sentimento manifestado pelos utilizadores das redes sociais relativamente aos intervenientes no debate, o que se traduz numa percentagem que revela qual dos candidatos está a gerar melhor impressão.
19. Em algumas das edições do “Decisão 24” visionadas, o “Pulsómetro” surge enquadrado com a verificação de factos do debate (por exemplo, sobre os debates PCP-PAN e CHEGA-IL, a 06 de fevereiro). Nestes casos, a pivô lança o jornalista e, após um separador em que se lê «Decisão 24, Factos Primeiro», este, junto do ecrã, procede a uma verificação sobre algumas afirmações proferidas pelos candidatos durante o debate. De seguida, depois de um separador e em moldes semelhantes aos já referidos, mostra o “Pulsómetro”. O ecrã utilizado para mostrar o gráfico indica de forma bem visível na parte superior «Pulsómetro projeto CNN/Augusta Labs».
20. O jornalista refere: «No “Pulsómetro” – que mede as avaliações positivas e negativas, de apoio e de rejeição aos dois candidatos que estiveram ainda agora em debate – neste preciso momento – é uma avaliação em aberto, em contínuo – neste momento, a maioria destes comentários, deste sentimento é favorável a Rui Rocha, numa proporção de mais ou menos um para três». Refere ainda que a medição permanece em aberto durante 18 horas e informa: «quer para continuar a ver este e outros resultados, quer até para esclarecer dúvidas sobre como funciona este “Pulsómetro”, visite o site da CNN Portugal».

21. Em nenhuma das edições visionadas são indicadas as redes sociais que são consideradas nos resultados obtidos. A rubrica apresenta durações que rondam cerca de um minuto.
22. Considerando a indicação dada na emissão televisiva, procedeu-se à pesquisa do “Pulsómetro”¹ no *website* do serviço de programas. É desde logo explicado que se trata de um «Indicador de sentimento nas redes sociais. Não é uma sondagem, mas um reflexo de opiniões interpretadas por um modelo tecnológico. A atualização das percentagens é feita até 18 horas após a hora prevista para o início do respetivo debate. Projeto em fase experimental da Augusta Labs e da CNN Portugal». Junto desta explicação consta uma ligação “Saiba mais aqui” que remete para um ponto mais abaixo na página onde consta informação mais detalhada acerca da tecnologia que gera a medição do que é chamado de «sentimento das redes sociais» sobre os desempenhos dos candidatos nos frente a frente que disputaram durante a campanha eleitoral.
23. Esta informação mais detalhada inclui a indicação sobre as redes sociais que são consideradas, que comentários são tidos em conta e excluídos, de que forma são extraídos os dados, que modelo de análise é utilizado, como são prevenidas as influências nos resultados decorrentes de *bots* e como é prevenida a adulteração de resultados (intencional ou não) por parte de utilizadores.
24. Da informação disponibilizada, o conceito mais difícil de apreender por parte dos espectadores será, à partida, o do modelo de análise utilizado – o LLM - *Large Language Model*. É referido que um LLM ou Modelo de Linguagem de Grande Dimensão, «[a]o examinar grandes volumes de texto, pode identificar padrões e nuances que indicam sentimentos positivos, negativos ou neutros, possibilitando-lhe avaliar a tonalidade emocional de um texto, sendo esta funcionalidade particularmente útil na monitorização de redes sociais».
25. Quanto aos resultados gerados pela ferramenta, estes encontram-se disponíveis nesta mesma página do *website* da CNN Portugal. Abaixo de cada gráfico é

¹ <https://cnnportugal.iol.pt/decisao24/pulsometro#/moreaboutpressometro>

- disponibilizada uma ligação “Saber mais”², a qual conduz a textos alargados sobre o debate correspondente e inclui vídeos de excertos do mesmo.
26. Verifica-se que a abordagem do “Pulsómetro” efetuada no website da CNN Portugal é mais alargada do que a constatada na emissão televisiva, já que alia os resultados gerados para cada um dos debates a textos que resumem os frente a frente e ainda disponibiliza informação acerca da natureza e do funcionamento da ferramenta que apura os dados apresentados.
27. Todos os gráficos relativos aos debates se mantêm, à data, disponíveis para consulta no *website* da CNN Portugal, bem como os textos sobre eles publicados. Na página existe também uma tabela classificativa elaborada a partir das médias obtidas por cada candidato ao longo de todos os debates.
28. Além desta informação disponível aos espectadores, a CNN Portugal emitiu uma entrevista aos criadores da ferramenta de IA por detrás do “Pulsómetro”, tendo em vista explicar o seu funcionamento. A entrevista está disponível no *website*³ do serviço de programas.
29. Considerando o enquadramento efetuado, é desde logo possível concluir que o “Pulsómetro” corresponde a conteúdo gerado por Inteligência Artificial (IA) e que este conteúdo está enquadrado num programa de informação televisiva da CNN Portugal, o “Decisão 24”, dedicado à análise e comentário aos debates televisivos entre candidatos às Eleições Legislativas 2024.
30. A discussão em torno a utilização de IA⁴ no âmbito da comunicação social e, em particular, do jornalismo ganhou especial relevância ao longo de 2023, após a introdução de ferramentas de IA generativa que se democratizou com o lançamento do ChatGPT no final de 2022.

² Ver, por exemplo, a ligação que acompanha o gráfico do primeiro debate da campanha, entre PS e IL <https://cnnportugal.iol.pt/decisao24/pulsometro/ps-il>

³ Cf. <https://tviplayer.iol.pt/programa/agora-cnn/619392920cf2cc58e7d362bb/video/65c25ecf0cf265bc969672df>

⁴ A União Europeia está prestes a aprovar o Regulamento sobre Inteligência Artificial, regulando o desenvolvimento e a utilização destas tecnologias na UE.

31. Esta tecnologia capaz de gerar texto em linguagem natural e imagem em resposta a questões ou *prompts* com base em quantidades incomensuráveis de dados disponíveis na Internet tem merecido reflexão sob a perspetiva dos enormes benefícios que pode trazer em algumas áreas da vida humana, mas também pelos riscos que pode representar. No caso, não descurando que a utilização de sistemas de IA pode trazer (e já traz) enormes valias a determinadas tarefas do jornalismo, considera-se aqui as ameaças à área jornalística de molde a enquadrar a problemática em apreço.
32. No estágio de desenvolvimento em que se encontram os sistemas de IA generativa, são consideráveis os riscos de decorrem de aspetos como alucinações da máquina, enviesamentos nas respostas produzidas (enviesamentos raciais, de género⁵, erros históricos⁶), recolha de informação de fontes protegidas (colocando em causa direitos de autor), fabrico e difusão de textos e imagens fotografia e vídeo realistas⁷ (*deepfakes*), a manipulação da voz de pessoas reais e a sua reprodução sintética em discursos⁸ que não proferiram. Elementos destinados a propaganda, a enganar a opinião pública⁹, que tornam impossível a tarefa do jornalista de avaliar a veracidade. Veja-se os casos de conflitos armados e de informação recolhida à distância. Problemas que, associados à exponencial capacidade de difusão de informação existente, surgem como fortes ameaças, desde logo ao espaço público e, conseqüentemente, à democracia, entre outras ameaças mais concretas e de considerável monta.

⁵ “Como é que a IA nos vê? Num mundo de homens”, *Público*, 26 de fevereiro de 2024, disponível em: <https://www.publico.pt/2024/02/26/tecnologia/noticia/ia-ve-mundo-homens-2081304>

⁶ “‘We definitely messed up’: why did Google AI tool make offensive historical images?”, *The Guardian*, 08 de março, 2024, disponível em <https://www.theguardian.com/technology/2024/mar/08/we-definitely-messed-up-why-did-google-ai-tool-make-offensive-historical-images>

⁷ “Já não basta ver para crer. Próxima fronteira na IA é a luta contra deepfakes”, *Diário de Notícias*, 19 de agosto de 2023, págs. 1;11

⁸ “A IA nas eleições: a batalha pela verdade e pela democracia no mundo”, *Público*, 26 de fevereiro de 2024, disponível em <https://www.publico.pt/2024/02/26/opiniao/opiniao/ia-eleicoes-batalha-verdade-democracia-mundo-2081336>

⁹ Websites alimentados por fábricas de conteúdos (*content farms*) encontram na IA generativa uma forma de automatizar as suas operações e de multiplicar os websites que geram, difundindo grandes quantidades de conteúdos que não são de confiança.

- 33.** Tratando-se de sistemas que trabalham sobre dados disponíveis *online*, compreende-se facilmente que estes dados podem ou não ser verdadeiros, podem ou não ser fidedignos sem que a ferramenta faça essa distinção. Ora, se estes sistemas se baseiam tipicamente em repetições e padrões que identificam nos dados que utilizam para fornecer as suas respostas, facilmente se pode perceber que, por um lado, não existe segurança sobre a qualidade do conteúdo gerado¹⁰, por outro, estes sistemas acabam por se apresentar como fábricas de estereótipos¹¹, aniquilando as dissonâncias e assim a sociedade plural.
- 34.** A discussão gerada em torno da utilização de IA (sobretudo a generativa) a nível dos OCS jornalísticos tem levado a muitos títulos de referência mundiais¹² tenham já emitido os seus códigos de boas práticas quanto ao uso da IA, especialmente a IA generativa, nas suas redações. O mesmo tem acontecido com entidades, associações e ONGs ligadas ao setor do jornalismo.
- 35.** Perante a necessidade premente de estabelecer requisitos para o uso destas tecnologias que protejam o núcleo fundamental do jornalismo, referindo-se aos sistemas de IA como «um desafio estrutural ao direito à informação», os Repórteres sem Fronteiras¹³ reuniram outras 16 organizações e, em conjunto, conceberam e publicaram a Carta de Paris sobre Jornalismo e IA¹⁴, em novembro de 2023. Este consiste num conjunto de 10 princípios gerais que devem orientar a utilização de ferramentas de IA na prática jornalística.
- 36.** Para além de salientar a necessidade de respeito pelos preceitos éticos fundadores do jornalismo (princípios 1 e 10) e a responsabilidade editorial dos OCS (princípio 4) quanto aos conteúdos que publiquem com origem em sistemas de IA, este conjunto

¹⁰

¹¹ Bianchi, F. et al. (2023) “Easily Accessible Text-to-Image Generation Amplifies Demographic Stereotypes at Large Scale”, DOI 10.1145/3593013.3594095, acessível em <https://arxiv.org/pdf/2211.03759.pdf>

¹² Veja-se o exemplo do *The Guardian*: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2023/jun/16/the-guardians-approach-to-generative-ai>

¹³ Ver entidades envolvidas em <https://rsf.org/fr/rsf-et-16-organisations-partenaires-pr%C3%A9sentent-la-charte-de-paris-sur-l-ia-et-le-journalisme>

¹⁴ Consultar a carta em https://rsf.org/sites/default/files/medias/file/2023/11/Charte%20de%20Paris%20sur%20le%20IA%20et%20le%20journalisme_1.pdf

de princípios sublinha ainda aspetos como a transparência na utilização de sistemas de IA no jornalismo por parte dos OCS (princípios 5 e 7) e que os sistemas de IA utilizados no jornalismo devem ser sujeitos a uma avaliação prévia e independente (princípio 3).

37. Considerando o caso concreto do “Pulsómetro”, não se conhece por parte da CNN Portugal uma declaração sobre os usos de IA em conteúdos jornalísticos, nem se conhece por outros meios, nomeadamente a resposta à notificação inserida no presente procedimento, indícios de uma reflexão prévia por parte do serviço de programas sobre o uso de ferramentas de IA aplicadas à área do jornalismo e em concreto na sua redação.
38. É importante salientar que o lançamento do “Pulsómetro” ocorreu num período e sobre uma temática de especial delicadeza quanto às exigências que se colocam à atividade jornalística – ocorreu em período eleitoral e relacionado com o desempenho dos representantes das candidaturas nos debates televisivos.
39. Conforme foi já descrito, a CNN Portugal apresentou a rubrica “Pulsómetro” como um leitor de “sentimento” dos utilizadores de algumas redes sociais relativamente ao desempenho dos candidatos às Eleições Legislativas de 2024 nos debates que os opuseram, resultando numa representação gráfica indicando qual dos contendores teria conseguido melhor desempenho de acordo com o manifestado nas redes sociais consideradas.
40. De acordo com o transmitido na apresentação da rubrica, os resultados não são obtidos através de sondagens ou inquéritos de opinião. Isto é, não envolvem a recolha de informações junto de um conjunto de indivíduos (generalizável a um universo maior, no caso das sondagens, e não generalizável a um grupo mais vasto do que os respondentes, no caso dos inquéritos), antes são o resultado de um cálculo efetuado por uma ferramenta, ao longo de 18 horas, sobre publicações (e comentários?) de utilizadores de redes sociais acerca dos candidatos que estiveram em debate. Em síntese, o que o Pulsómetro faz é uma análise de conteúdo através de IA, assente em determinados parâmetros pré-fixados, do discurso publicado em determinadas redes

sociais, a partir da qual deduz o “sentimento” (positivo, neutro ou negativo) do emissor desse discurso face a um evento (debate político entre dois candidatos), sendo os resultados do cálculo dos “sentimentos deduzidos” apresentados em percentagens.

41. No parecer emitido pela CNE considera-se que «o enquadramento do Pulsómetro não é evidente, podendo ser abordado como um instrumento de estudo de opinião, a par do inquérito ou da sondagem, mas também numa vertente de tratamento jornalístico, dependendo da forma como o órgão de comunicação social apresenta os seus resultados». Ora, tendo em conta o método de recolha dos dados e a sua origem (análise dedutiva através de IA do discurso publicado em redes sociais), não pode, objetivamente, qualificar-se o Pulsómetro como um estudo de opinião nos termos da Lei das Sondagens (Lei n.º 10/2000, de 21 de junho), simplesmente porque não se verificou recolha de informação junto de qualquer conjunto de indivíduos. Em rigor, os resultados do Pulsómetro são função de parâmetros pré-definidos e não da opinião de indivíduos. A título ilustrativo, basta dizer que a simples alteração dos parâmetros no sistema, sem que se mude uma vírgula nos discursos analisados, impactaria os resultados calculados.
42. Tratando-se de uma novidade para a generalidade dos espectadores a utilização de sistemas de IA para gerarem conteúdo apresentado em programas de cariz jornalístico, entende-se que é crítico a transparência sobre esta utilização oriente os OCS que lancem mão destes sistemas. Nesse sentido, não só esse uso deve ser informado de forma inequívoca – o que a CNN Portugal faz na sua emissão televisiva –, como também deve ser explicado de forma apreensível em que consiste esse uso. De uma forma simplista, os OCS que utilizem IA devem tornar explícito para o público se estes sistemas são utilizados apenas como adjuvantes em tarefas ou se substituem o trabalho jornalístico na produção de conteúdos, isto é, se é deixado à máquina o trabalho editorial. Este é um ponto crítico, já que é a vertente humana do trabalho editorial que garante um jornalismo subordinado a requisitos éticos e deontológicos que a máquina não sabe garantir.

43. Adicionalmente, a transparência quanto à natureza dos conteúdos é um dos fatores que contribui para a forma como os cidadãos valoram a informação que recebem, a utilização de conteúdos de IA no jornalismo deve garantir que torna tão transparente quanto possível a utilização da tecnologia.
44. No que toca a este aspeto, no caso do “Pulsómetro” é possível constatar que, na emissão televisiva, é dito que:
- se trata de conteúdo gerado por uma ferramenta de IA;
 - mede o pulso das redes sociais;
 - mede a reação das redes sociais ao debate;
 - mede o «sentimento das redes sociais» sobre os debates;
 - não se trata de sondagem ou estudo de opinião.
45. No sentido inverso, não é feita menção às redes sociais consideradas, ou aos conteúdos que são levados em conta e excluídos, nem a forma como a valoração de comentários como positivos ou negativos é calculada pela ferramenta, o que prejudica a transparência da informação prestada na emissão televisiva. Também se verifica que nem sempre é referido o *website* para obtenção de informação adicional sobre a forma como são gerados os resultados mostrados em antena.
46. Assim, constata-se que existe transparência por parte da CNN Portugal relativamente ao facto de a informação disponibilizada na rubrica “Pulsómetro” ser gerada através de uma ferramenta de IA e de a informação que lhe serve de base ser recolhida das publicações e comentários dos utilizadores de redes sociais, outras questões suscitam reservas quanto à forma como foi apresentada a rubrica.
47. Veja-se, desde logo, o facto de a CNN Portugal ter decidido lançar mão, em contexto de eleições, de um projeto experimental que apresenta avaliação de candidatos. Tratando-se o “Pulsómetro” de uma dupla novidade – novidade para os espectadores de uso de IA para gerar conteúdo em contexto de informação jornalística partindo de redes sociais e a novidade por se tratar de uma ferramenta tão recente e pouco experimentada – pode ser questionável a opção por introduzir um tal uso para uma tarefa tão delicada como a avaliação de candidatos baseando-se num modelo de

linguagem que atribui sentimentos a comentários de utilizadores de redes sociais. Ao contrário do que alega a denunciada, não existe garantia de imparcialidade numa ferramenta que funciona sobre uma programação que se desconhece. Olhar para a tecnologia como neutra por princípio é incorreto e pode gerar crenças em sistemas que em nada se baseiam em princípios de neutralidade.

48. Esta questão da utilização de uma ferramenta desconhecida do público e ainda em fase experimental vai ao encontro de um dos princípios integrantes da Carta de Paris já mencionada, designadamente o Princípio 3, que estabelece que os sistemas de IA utilizados em jornalismo são submetidos a uma avaliação prévia e independente». Esta avaliação «deve demonstrar que os valores fundamentais da ética jornalística são respeitados». Este princípio exige ainda que seja estabelecido um regime de responsabilidades para todas as falhas às exigências ético-legais do jornalismo e que devem ser privilegiados pelos OCS e pelos jornalistas sistemas de IA que operam de forma previsível e que possam ser explicados de forma simples.
49. Ora, esta avaliação não foi efetivamente efetuada e problematizada por parte da CNN Portugal, uma vez que se dispôs a fazer uso de uma ferramenta que reporta de «experimental».
50. Num outro plano, não se descarta a complexidade inerente ao funcionamento dos sistemas de IA e, por conseguinte, a dificuldade de explicá-lo ao público de forma eficaz, sobretudo no decurso da emissão televisiva. Note-se a preocupação de prevenir este ponto contida na citação da Carta de Paris.
51. Não se deixa de sublinhar neste ponto que, dispondo a CNN Portugal de página no seu *website* dedicada à rubrica e na qual disponibiliza informação significativa sobre a mesma, considera-se que a remissão para este espaço *online* deveria ser tida como uma boa prática por parte do serviço de programas, tornando mais transparente a natureza do conteúdo em causa.
52. Por outro lado, não se deixa de salientar que a utilização de expressões que humanizam a tecnologia pode levar a uma naturalização dos seus usos e resultados, o que implica na valoração que as pessoas possam atribuir a esses mesmos conteúdos.

Expressões como “medir o sentimento das redes sociais” ou “medir o pulso das redes sociais” atribuem características humanas a uma máquina que produz apenas resultados da programação que dela foi feita. Objetivamente, não existe sentimento, o que existe é o resultado de um cálculo efetuado sobre determinadas premissas.

53. Em relação ao caso concreto, entendendo-se que é suficientemente explícita a informação acerca dos dados que são considerados e desconsiderados no cálculo efetuado pela máquina, designadamente no que respeita à possível manipulação de resultados através do recurso a contas falsas, comentários falseados, comentários nitidamente partidários, o mesmo não se consegue apreender relativamente à forma como são valoradas as reações publicadas em relação aos candidatos que se diz serem a base dos resultados do “Pulsómetro”, o que gera alguma opacidade.
54. Assim, não se colocando em questão que a CNN Portugal possa optar pela utilização de IA em tarefas inerentes à produção de conteúdos jornalísticos, é necessário apontar a necessidade de esta utilização ser exigente de forma a garantir a integridade, quer dos conteúdos decorrentes dessa tecnologia, quer das prerrogativas inerentes à atividade jornalística, sob pena da sua descredibilização ao não se compreender suficientemente a sua relação com a realidade.
55. Se considerarmos que o recurso a sistemas de IA por parte de operadores televisivos, em concreto no âmbito de conteúdos de informação jornalística, interfere com o direito à informação, na medida em que coloca em risco algumas das prerrogativas inerentes a estes conteúdos e à sua produção, podemos assumir que entroncam neste ponto as obrigações gerais dos operadores televisivos consagradas na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido¹⁵ (LTSAP), como o de «[a]ssegurar a difusão de uma informação que respeite o pluralismo, o rigor e a isenção» (artigo 34.º, n.º 2, alínea b)) que se conjuga com uma das finalidades da atividade televisiva que consiste em «[pr]omover o exercício do direito de informar, de se informar e de ser informado, com rigor e independência» (LTSAP, artigo 9.º, n.º 2, alínea b)).

¹⁵ Lei n.º 27/2007, de 30 de julho

56. Em suma, a CNN Portugal optou por utilizar em período eleitoral uma ferramenta de Inteligência Artificial em fase experimental de desenvolvimento para avaliar junto dos utilizadores de algumas redes sociais o desempenho que estes cidadãos atribuíram aos candidatos às Eleições Legislativas nos debates em que participaram. A apresentação dos resultados gerados pela ferramenta na emissão televisiva, em contexto de programa de cariz jornalístico, explicou de forma ineficiente o teor da ferramenta em causa e nem sempre remeteu para a informação adicional disponível no *website* do serviço de programas.
57. Tendo em conta o que se expôs em relação à utilização de IA no contexto do jornalismo e ainda o facto de esta utilização pela CNN Portugal ter decorrido em período eleitoral e sobre candidatos, considera-se que o serviço de programas deveria ter dado mostras de ter efetuado uma reflexão suficientemente aprofundada sobre o uso de sistemas de IA e os seus limites na prática do jornalismo, sobre o uso da ferramenta em causa e sobre a própria ferramenta em concreto.
58. Uma vez tendo decidido pelo seu uso, deveria ainda ter sido mais transparente na emissão televisiva relativamente à informação disponível ao público no seu *website*, contribuindo ativamente para o esclarecimento do público. A apresentação do “Pulsómetro” na televisão deveria ainda ter evitado, na medida do possível, a humanização da ferramenta através de expressões que podem contribuir para que o público menos familiarizado com o funcionamento de ferramentas de IA possa atribuir capacidades humanas a sistemas artificiais que apenas emulam tais capacidades, aderindo de forma acrítica aos conteúdos gerados.
59. A utilização em período eleitoral de ferramentas baseadas em IA semelhantes ou diversas daquela que foi utilizada pela CNN Portugal invoca uma reflexão particularmente cautelosa, em linha com o que vem sendo feito internacionalmente e de que a Carta de Paris é um exemplo, tendo em vista mitigar os riscos que usos desprovidos de problematização possam representar. Essa reflexão seria exigível à CNN Portugal enquanto OCS com conteúdos informativos de cariz jornalístico.

60. Entende-se, pois, que a CNN Portugal, optando pela utilização de ferramentas como aquela que dá origem ao “Pulsómetro”, deveria ter refletido previamente sobre as implicações do uso destes (e de outros) sistemas de IA, bem como da sua comunicação eficaz ao público. Mais ainda por ter sido lançada em contexto eleitoral e versar diretamente sobre o desempenho dos vários candidatos. O facto de ter optado por apresentar uma ferramenta ainda em fase experimental indicia, reiterese, que uma tal reflexão pode não ter sido esboçada. A conceção de um quadro de princípios teria sido uma forma adequada de integrar a IA de forma transparente e responsabilizada.

V. Deliberação

Apreciada uma participação contra a CNN Portugal, propriedade da TVI – Televisão Independente, SA., por recorrer a uma ferramenta de Inteligência Artificial em fase experimental para avaliação de candidatos eleitorais com base em reações de utilizadores de redes sociais numa rubrica intitulada “Pulsómetro”, integrante do programa “Decisão 24”, o Conselho Regulador, no exercício das atribuições e competências de regulação constantes, respetivamente, alínea d) do artigo 7.º, nas alíneas a) e j) do artigo 8.º) e na al. a) do n.º 3 do artigo 24.º da Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, delibera:

- i. Instar a CNN Portugal a informar de maneira eficiente os telespectadores sobre meios alternativos de obtenção de informação sobre ferramentas de IA que utilize nos seus conteúdos, designadamente remetendo-os para informação clara e relevante disponibilizada através do seu *website*;
- ii. Instar a CNN Portugal, em caso de manter a utilização de ferramentas de IA para produção de conteúdos de programas de informação jornalística, a elaborar e publicar uma carta de princípios sobre a utilização de IA na sua redação, designadamente tornado transparentes que tipo de tarefas são executadas por estes sistemas – editoriais e/ou não editoriais;
- iii. Considerar que a CNN Portugal deveria ter evitado o lançamento de conteúdos gerados com recurso a uma ferramenta de IA em fase

experimental, sobretudo em período eleitoral e implicando diretamente o desempenho dos candidatos, dada a especial delicadeza do período em questão para as tomadas de decisão por parte dos cidadãos relativamente às escolhas eleitorais.

Lisboa, 10 de abril de 2024

O Conselho Regulador,

Helena Sousa

Pedro Correia Gonçalves

Telmo Gonçalves

Carla Martins

Rita Rola